



**You have downloaded a document from  
RE-BUŚ  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Medialny obraz świata. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku Policji

**Author:** Monika Żak

**Citation style:** Żak Monika. (2018). Medialny obraz świata. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku Policji. "Media i Społeczeństwo" (nr 8 (2018), s. 115-125)



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz tak długo jak utwory zależne będą również obejmowane tą samą licencją.



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

**Monika Żak**  
**Uniwersytet Śląski, Polska**  
e-mail: monika.zak@us.edu.pl

## **Medialny obraz świata. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku Policji**

### **ABSTRAKT**

Rola mediów w dostarczaniu informacji jest ich podstawowym zadaniem i powinna być realizowana w sposób rzetelny i obiektywny, ponieważ przekazy medialne mają ogromne znaczenie dla kształtowania opinii publicznej. Jest to szczególnie istotne w przypadku tzw. zawodów zaufania publicznego, które warunkują sprawne funkcjonowanie społeczeństwa. Celem niniejszego artykułu jest próba określenia wpływu mediów na wizerunek Policji. Analiza została przeprowadzona na podstawie informacji telewizyjnych oraz umieszczanych na stronach internetowych, a także w oparciu o ogólnopolskie badania opinii społecznej.

**SŁOWA KLUCZOWE:** media, medialny obraz świata, kształtowanie wizerunku, zawód zaufania publicznego, Policja.

### **Wstęp**

Rola i znaczenie mediów we współczesnym świecie zdają się być niepodważalne i bezdyskusyjne. Dzięki przekazom medialnym szerokie masy społeczeństwa mogą uzyskać informacje na tematy dotyczące ich życia codziennego. Pełnią one swoistą misję edukacyjną oraz kontrolną, pozwalają i umożliwiają wszystkim zainteresowanym poczuć lub nawet stać się aktywnym kreatorem rzeczywistości społecznej. Istnieje silny związek między działalnością szeroko rozumianych mediów a opinią publiczną. Taka zależność skutkuje informacjami na temat nastrojów społecznych i opinii na temat bieżących problemów. Informacje przekazywane za pomocą mass mediów powinny być ukierunkowane na obiektywny i wyczerpujący problematykę przekaz. Doniesienia medialne dotyczące tzw. zawodów zaufania publicznego mogą mieć zasadniczy wpływ na postawy społeczne, a co za tym idzie pociągać za sobą poważne konsekwencje (szczególnie w przypadku podważenia wiarygodności i uczciwości przedstawicieli tych zawodów) w postaci kryzysu zaufania. Brak zaufania, a czasem

wręcz lęk, może nawet nieść zagrożenie destabilizacją funkcjonowania państwa.

Celem niniejszego artykułu jest analiza przekazów medialnych i ich potencjalnego wpływu na wizerunek Policji oraz zaufanie do tejże formacji. Jest to o tyle istotne, że w sposób znaczący wpływa na postawy społeczeństwa wobec policjantów. Brak zaufania i negatywny obraz funkcjonariuszy może skutkować brakiem poczucia bezpieczeństwa i podaniem w wątpliwość zasadności istnienia polskiej Policji. Jednocześnie pozytywne przekazy z działalności tej formacji mogą przyczyniać się do ocieplenia jej wizerunku oraz kształtowania pozytywnych postaw w społeczeństwie. Analiza została przeprowadzona w oparciu o możliwe typy przekazów medialnych oraz funkcje, jakie mają spełniać, a które to przekazy mogą procentować spadkiem/wzrostem zaufania do Policji oraz spadkiem/wzrostem poczucia bezpieczeństwa w społeczeństwie.

## **Medialny obraz świata i rola mediów w kształtowaniu wizerunku**

Współcześnie – dzięki szybkiemu i spektakularnemu wręcz rozwojowi technologii multimedialnych i cyfrowych – media odgrywają znaczącą rolę w funkcjonowaniu społeczeństw.

„Związek między rozwojem cywilizacyjnym i przemianami komunikowania masowego wynika nie tylko z technicznych uwarunkowań tego typu komunikowania, ale przede wszystkim z jego ogromnego wpływu na życie społeczne”<sup>1</sup>.

Media w swojej działalności często podejmują się trudnego zadania, którego celem jest po pierwsze przekazywanie informacji szerokim masom odbiorców, po drugie nadanie odpowiedniego znaczenia tym informacjom i w końcu po trzecie kreowanie wartości, a nawet nastrojów społecznych. Oczywiście kreacja wartości i nastrojów społecznych może mieć charakter intencjonalny lub niezamierzony, ale nie ulega wątpliwości, że ma znaczenie dla funkcjonowania społeczeństwa. Medialny obraz świata składa się – zdaniem Jana Szmyda:

„z (...) różnorodnych treści informacyjnych, znaków symbolicznych, audiowizualnych, podawanych w formie językowej, obrazowej, dźwiękowej itp., poprzez systemy różnego rodzaju komunikatów dyskursywnych lub prezentacji pokazowych, akcyjnych, ruchowych itp.”<sup>2</sup>.

Medialny obraz świata jest pojęciem, które wśród badaczy tego zagadnienia jest bardzo różnie definiowane – jedni kładą nacisk na kulturowe aspekty, inni z kolei koncentrują się na semiotyce, jeszcze inni zwracają uwagę na specyficzną manipulację mediów. Medialny obraz świata

---

<sup>1</sup> M. Mrozowski, *Media masowe: władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 109.

<sup>2</sup> J. Szmyd, *Medialny obraz rzeczywistości jako główna orientacja poznawcza i praktyczna w świecie*, [w:] *Medialny obraz rodziny i poci*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2012, s. 14.

„Staje się swoistym >imperium medialno-komunikacyjnym< w ludzkiej komunikacji ze światem, pomniejszając w tej komunikacji rolę, a nawet w pewnej mierze blokując albo czyniąc ją coraz mniej aktualną, innych bardziej godnych zaufania wizerunków rzeczywistości, tzn. wizerunku naukowego, filozoficznego i zdroworozsądkowego”<sup>3</sup>.

Współczesne media pełnią szczególną funkcję informacyjno-edukacyjną, co nie pozostaje bez znaczenia w przypadku budowania zaufania do instytucji, które zostały powołane do służby w celu poprawy funkcjonowania społeczeństwa. Ogromne znaczenie ma ich działalność w budowaniu bezpieczeństwa publicznego poprzez propagowanie treści edukacyjnych i uświadamianie znaczenia aktywnego działania na rzecz poprawy bezpieczeństwa. Rola mediów w kreowaniu systemu wartości i postaw w stosunku do różnych przejawów życia społecznego stała się w ostatnim czasie treścią wielu debat na temat faktycznej misji mass mediów.

„Niektóre wartości człowiek przyjmuje świadomie, uznając je za ważne w swoim życiu i dążąc do ich realizacji. Wpływowi innych zaś podlega w sposób nieświadomy, bezrefleksyjnie ulegając pewnym prądom kulturowym i mimo woli stosuje je w swoim postępowaniu”<sup>4</sup>.

Wpływ przekazów medialnych na kształtowanie postaw i systemu wartości społeczeństwa nie jest podstawową, czy też główną rolą mediów, ale może wynikać z ich różnorodnych funkcji. Zdaniem M. Mrozowskiego odwołującego się do koncepcji Z. Oniszczyka należy odróżnić rolę od funkcji mediów:

„(...) rola mediów to ich ogólny wkład w funkcjonowanie danego społeczeństwa, natomiast funkcje mediów to rezultaty stosowanych sposobów działania, zadania mediów zaś należy rozumieć jako planowane działania wynikające z przyjętego celu (celów)”<sup>5</sup>.

Media zatem pełniąc określoną rolę, realizują swoje funkcje, które wynikają z przyjętych celów. Role mogą być definiować w sposób różnoraki, co znajduje swoje odzwierciedlenie w dostępnej literaturze. Główne role, jakie pełnią współczesne mass media, to:

- rola tłumacza – media wyjaśniają fakty i interpretują otaczającą rzeczywistość. Bez tej działalności wszelkie przekazy byłyby pozbawione kontekstu i dla odbiorcy nie miałyby większego znaczenia;
- rola prezentera – media przedstawiają treści dzięki swoim kanałom dystrybucji;
- rola drogowskazu – wskazywanie, jakie ścieżki i metody działania powinny być przez społeczeństwo wybierane;
- rola filtra – to media decydują o tym, które treści są warte uwagi odbiorcy, a które mogą być pominięte<sup>6</sup>.

---

<sup>3</sup> Ibidem, s. 14.

<sup>4</sup> M. Filipiak, *Socjologia kultury: zarys zagadnień*, Lublin 2000, s. 128.

<sup>5</sup> M. Mrozowski, *Media masowe: władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 110, za: Z. Oniszczyk, *Pojęcie funkcji w badaniach nad społecznym oddziaływaniem prasy*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1988, nr 2, s. 41-52.

<sup>6</sup> W. Jabłoński, *Kreowanie informacji. Media relations*, Warszawa 2007, s. 56.

Takie postrzeganie roli mediów nadaje im duże znaczenie w kształtowaniu opinii publicznej i jej sposobu patrzenia na świat. Media mogą je realizować w sposób intencjonalny, ale mogą one również być wynikiem niezamierzonym, tzn. nieprzewidzianym przez autorów danego przekazu. Role mass mediów narzucają im określone sposoby postępowania, metody działania, które sprowadzają się do pełnionych przez nich funkcji. Funkcje te można podzielić na trzy główne grupy:

- zamierzone – efekty, skutki, jakie nadawca chce poprzez swój przekaz osiągnąć. Intencje, jakie przyświecają jego działaniom;
- nadane – dobór adekwatnych form, treści i metod w celu osiągnięcia maksymalnych efektów działań, realizacja materialna zamierzeń autora/autorów przekazu;
- pełnione – faktyczny wpływ autora/autorów przekazu na odbiorcę. Może mieć on charakter zamierzony lub sprzeczny z założeniami twórcy komunikatu<sup>7</sup>.

Nie zawsze zatem ostateczny efekt komunikatu może być zgodny z intencjami jego twórcy, co może być szkodliwe zarówno dla odbiorcy, jak i samego autora. Znaczenie mediów w kreowaniu rzeczywistości społecznej wynika często z chęci, czy też swoistej misji uświadamiania społeczeństwa co do warunków i okoliczności, w jakich przyszło im funkcjonować.

„Znaną i powszechnie akceptowaną rolą mediów jest rzetelne informowanie społeczeństwa o tym, co dzieje się w polityce, kulturze i gospodarce, w kraju oraz na świecie. Społeczeństwa pragną i oczekują, że media będą neutralnymi obserwatorami sceny politycznej, ale coraz trudniej jest oprzeć się wrażeniu, że w świecie współczesnych środków masowego przekazu nie ma już informacji pozbawionej jakiegokolwiek komentarza, zupełnie bezstronnej i obiektywnej”<sup>8</sup>.

Media wpływając na społeczeństwo, mogą ingerować w kilka głównych aspektów postrzegania przez nie świata. A. Kozłowska<sup>9</sup> wskazuje, że mass media wpływają na:

- postrzeganie czasu – odbiorcy przekazów medialnych mogą zatracać się w czasie, ponieważ pojęcie i postrzeganie przeszłości, teraźniejszości i przyszłości dzięki mediom zaciera się i dla odbiorcy staje się niemalże jednolite;
- postrzeganie przestrzeni – zatracają się granice świata. Za pośrednictwem mediów odbiorca może się znaleźć w najróżniejszych zakątkach świata, nie opuszczając miejsca zamieszkania;
- postrzeganie rzeczywistości – media kreują społeczny obraz świata, co

---

<sup>7</sup> Por. M. Mrozowski, *Media masowe: władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 111, za: I. Tetelowska, *Analiza zawartości gazet – wstępne stadium funkcjonalnej typologii prasy*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1962, nr 4, s. 3-19.

<sup>8</sup> P. Znyk, *Propaganda – współczesne oblicza. Technologia zabójstwa medialnego*, Łódź 2011, s. 19.

<sup>9</sup> A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006, s. 119-124.

przekłada się na opinię publiczną i funkcjonowanie społeczeństwa. Niestety „(...) obraz świata w mediach nie jest tego świata wiernym odbiciem, gdyż występuje w nim wiele deformacji”<sup>10</sup>.

Kreacja świata społecznego jest swego rodzaju naturalnym następstwem przekazywania informacji nt. zjawisk w nim zachodzących i „okraszania” ich komentarzami. Zatem, co stwierdza A. Ogonowska, medialny obraz świata jest swoistą kreacją, ponieważ nie zawiera wyłącznie opisu rzeczywistego świata, ale jego interpretację, co przekłada się w sposób oczywisty na obraz świata obowiązujący w społeczeństwie<sup>11</sup>. Wynika to z zadań, jakie stoją przed dziennikarzami, czy twórcami przekazów medialnych.

„Istotą zadań, które realizują w pracy zawodowej dziennikarze, rzecznicy prasowi i specjaliści *public relations* jest kształtowanie opinii społecznej. Ranga tych zawodów wynika z ich opiniotwórczych możliwości i konkretnych działań w tej sferze”<sup>12</sup>.

Zauważa się również, że we współczesnych mediach mamy do czynienia z przewagą tzw. złych wiadomości<sup>13</sup>. Wynika to z faktu, że „sprzedają” się one zdecydowanie lepiej od sielankowych wizji otaczającej rzeczywistości – *Good news is no news, no news is bad news. Bad news is good news*<sup>14</sup>. Poszukiwanie sensacji, swoisty wyścig o pierwszeństwo oglądalności, czytelnictwa czy liczby wejść, stanowi ważny argument w doborze treści i formy przekazów medialnych. Współczesne media

„potrafią przywiązywać do siebie odbiorcę, stworzyć wrażenie bezstronności, a czasem przeciwnie, wywołać przeświadczenia – jedynej słuszności – o prowadzeniu obrony zagrożonych wartości”<sup>15</sup>.

Media w sposób znaczący wpływają na opinię publiczną dotyczącą niemalże każdego tematu z życia codziennego. Ich rola może sprzyjać budowaniu zaufania społecznego, ale może również wpływać na nie destabilizująco. Nastroje panujące w społeczeństwie są często pokłosiem przekazów medialnych. W dalszej części artykułu zaprezentowana zostanie próba analizy wpływu mass mediów na kształtowanie wizerunku Policji w społeczeństwie polskim.

---

<sup>10</sup> Ibidem, s. 122.

<sup>11</sup> A. Ogonowska, *Edukacja medialna. Klucz do zrozumienia społecznej rzeczywistości*, Kraków 2003, s. 8.

<sup>12</sup> A. Poznańska, *Komunikacja medialna a sfera publiczna. Szanse i zagrożenia*, Jelenia Góra 2012, s. 109.

<sup>13</sup> M. Nieć, *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Warszawa 2010, s. 276.

<sup>14</sup> T. R. Aleksandrowicz, *Medialność jako konstytutywne znamię aktu terrorystycznego*, [w:] *Terroryzm w medialnym obrazie świata*, red. K. Liedel, S. Mocka, Warszawa 2010, s. 10.

<sup>15</sup> J. Golinowski, *Dylematy wizerunku instytucji publicznej*, Warszawa 2005, s. 107.

## Przekazy medialne a wizerunek Policji w Polsce

W ostatnich pięciu latach w Polsce mieliśmy do czynienia z wieloma przekazami mediów nt. działalności Policji. Informacje te zazwyczaj dotyczyły nieprawidłowości w realizacji zadań przez funkcjonariuszy. Przekazywane komunikaty były nacechowane ogromnym ładunkiem emocjonalnym oraz wywoływały w odbiorcy określone (negatywne) odczucia.

**Karygodny błąd policjantów z Łodzi.  
Jest postępowanie dyscyplinarne**

Abstrahując od kwestii winy policjantów (dla funkcjonariuszy łamiących przepisy i zasady etyki zawodowej absolutnie nie powinno być miejsca w Policji), relacje te kreują raczej niepochlebny wizerunek całej formacji.

**Szef policji ocenia akcję w Wiszni Małej. "Uniknięto  
większej tragedii"**

Analiza doniesień medialnych nt. polskiej Policji wskazuje, że można je podzielić na kilka podstawowych grup. Podział ten jest podyktowany wpływem i możliwymi konsekwencjami, jakie te przekazy mogą za sobą pociągać w społeczeństwie. Pierwszą grupę będą stanowić newsy, które można określić jako informacyjno-interwencyjne. Ich autorzy przekazują informacje, które w ich opinii są istotne dla odbiorcy. Jednocześnie podejmują swoiste interwencje w celu wyeliminowania negatywnych zjawisk, jakie mogą mieć miejsce w Policji.

**Polskie ministerstwo do ONZ:  
przypadki nadużywania siły przez  
policję są badane**

21 listopada 2014, 7:08

Tego typu informacje są – z punktu widzenia społecznego – bardzo istotne, ponieważ świadczą o dbałości o dobro publiczne, mają na celu eliminowanie przypadków patologii występującej w życiu publicznym. Należy do nich podchodzić jak do informacji, które obywatele powinni posiadać, bo dotyczą bliskich im problemów. Czy wpływają na wizerunek policjantów? Oczywiście, jak każdy przekaz medialny mogą skutkować pojawieniem się określonej postawy odbiorcy wobec przedmiotów/podmiotów tych treści.

Kolejną grupę informacji medialnych można zakwalifikować jako piętnujące. Są to informacje, które w sposób jednoznaczny wskazują, jakie autorzy zajmują w danej sprawie stanowisko.

### **"FAKT": POLICJANCI, KTÓRZY POBILI STARUSZKĘ, WCIĄŻ NIE ZOSTALI ZWOLNIENI**

Piętnowanie nieprawidłowości wydaje się być zgodne z rolą edukacyjną mediów i nie budzi większych wątpliwości. Przykładem takich informacji była głośna w ostatnim czasie sprawa Igora Stachowiaka, który w wyniku brutalnych działań funkcjonariuszy zginął na komisariacie policji we Wrocławiu. Opinia publiczna w sposób jednoznaczny wyraziła oburzenie i potępienie takiego działania. Jednocześnie wskazano, że nie ma zgody na służbę takich osób w Policji. Ważna jest jednak w przypadku tego typu informacji sama forma przekazu – powinien on być rzetelny i w przypadku zawodów zaufania publicznego – nie wywołujący niepotrzebnego wzburzenia.

**NIK alarmuje: Rażąco błędy policji w  
poszukiwaniu osób zaginionych**



90

10:53 14 kwietnia 2018

### **Źle zważyła pierogi. Policja przestuchiwała ją kilka godzin**

2 lip, 16:11



FACEBOOK | 3 tys.



TWITTER | 6



E-MAIL



KOPUJ LINK

425 KOMENTUJ

Konsekwencje takiego wzburzenia mogą być destabilizujące i wpływać na poczucie zaufania i bezpieczeństwa wśród mieszkańców kraju. Jednocześnie rolą przedstawicieli Policji i władz jest w tym przypadku wyjaśnienie spraw, wyciągnięcie ewentualnych konsekwencji oraz wprowadzenie planów zapobiegawczych na przyszłość.

W następnej grupie znajdują się przekazy medialne deprawujące, a nawet niebezpieczne. Owo niebezpieczeństwo wynika z ich wpływu na opinię publiczną. Mogą stanowić poważne zagrożenie dla zaufania do instytucji odpowiedzialnych za ład i porządek w demokratycznym państwie. Mogą one stać w sprzeczności z dobrem społecznym poprzez budowanie w społeczeństwie negatywnych postaw wobec służb porządkowych.

### **Sposób na brutalną policję**

Ilona Stachowiak 14 września 2012 | 01:00



Kto obroni nas przed policją?

### **AKCJA "ZNICZ 2017". BEZSENSOWA NOWA ŚWIECKA TRADYCJA...**



Konsekwencje tego typu przekazów mogą być bardzo niebezpieczne, ponieważ jeśli dla przykładu podważa się zasadność prowadzenia akcji prewencyjnej w ruchu drogowym, to nie może wpływać pozytywnie na beneficjentów usług policjantów. Przekazy, których charakter jest tak niebezpieczny, nie należą jednak do tzw. *mainstreamu*, ale mają charakter niszowy. Niemniej jednak w dobie cyfryzacji mediów każdy za pomocą jednego kliknięcia może do nich dotrzeć i w ten sposób kształtować swoje opinie i postawy.

Dlaczego akurat wizerunek Policji jest tak istotny? Odpowiedź wydaje się być oczywista – jest to formacja, która powinna kojarzyć się z poczuciem bezpieczeństwa i zaufania. Jakiegokolwiek zawirowania i afery w sposób znaczący wpływają na postrzeganie wszystkich przedstawicieli służby. Brak zaufania do Policji może być przyczyną destabilizacji państwa. W tym przypadku wydaje się, że bardziej zasadne byłoby realizowanie funkcji edukacyjnej przez media - kształtowanie postawy zaufania do Policji z jednoczesnym piętnowaniem wszelakich przejawów patologii w jej strukturach.

Należy zauważyć, że niektóre media zauważają potrzebę ocieplenia wizerunku Policji i od czasu do czasu pojawiają się newsy, które pokazują pozytywne aspekty jej działania. Widać tutaj misję, której celem jest swoiste odmitologizowanie „złego” policjanta na rzecz policjanta – chroniącego i służącego.

**Policjanci pomogli duszącemu się noworodkowi. Eskortowali auto z chorym dzieckiem**

Wiadomości z Krakowa

**Policja spełniła marzenie chorego chłopca**

Internewsnet Character 14 kwietnia 2006 | 00:00

**Kobieta zaczęła rodzić przy cmentarzu. Pomogli policjanci**

Widać również aktywność rzeczników prasowych Policji, którzy starają się pokazywać funkcjonariuszy w trakcie ich codziennej służby jako oddanych misji i powołaniu do pomocy wszystkim potrzebującym. Jak ważna jest to rola, świadczą wyniki sondaży społecznych, które jak w soczewce pokazują wpływ informacji medialnych na nastroje społeczne. Wspomniana już sprawa Igora Stachowiaka w sposób znaczący wpłynęła na ocenę pracy Policji. Po wydarzeniach na wrocławskim komisariacie spadła o 8 punktów procentowych ocena pozytywna pracy Policji, a z kolei o 9% wzrosła liczba osób źle ją oceniających.

**Tabela 1. Ocena pracy Policji**

Oceny policji	Wskaźania respondentów według terminów badań																Zmiany III-VI '17	
	2010			2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		
	IV	VI	IX	III	IX	III	IX	III	IX	III	IX	III	IX	III	IX	III		VI
	w procentach																	
Dobra	73	72	71	69	72	71	68	57	66	67	66	65	69	72	72	70	62	-8
Zła	19	19	21	18	2	19	22	29	23	22	22	22	18	16	17	16	25	+9
Pominięto odpowiedzi „trudno powiedzieć”																		

Źródło: Komunikat CBOS Nr 76/2017

Takie wyniki powinny budzić i budzą niepokój nie tylko samych policjantów, ale również wszystkich, którzy są świadomi, jakie może wyniknąć z nich zagrożenie. Nie mówimy tutaj o swoistej katastrofie wizerunkowej, ale o podważeniu zaufania do formacji powołanej do służby w celu zapewnienia porządku i bezpieczeństwa społecznego. Rzetelny przekaz powinien wskazywać jednoznacznie, że niedopuszczalne uchybienia i patologie, o jakich słyszymy, mają charakter jednostkowy w stutysięcznej formacji uczciwych policjantów. Sami funkcjonariusze czują się – co podkreślają w wypowiedziach medialnych – odpowiedzialni za swoich współpracowników i spoczywa na nich dodatkowy ciężar w postaci konieczności odbudowania nadszarpniętego wizerunku i zaufania społecznego.

## Zakończenie

Medialny obraz świata jest swoistą interpretacją rzeczywistości. Bardzo często zawiera w sobie ładunek emocjonalny i jest wynikiem doświadczeń osobistych autora. Medialny obraz świata może być analizowany z dwóch perspektyw.

„Perspektywa nadawcy pozwala nam skupić się na treści przekazu, w tym na ukrytych znaczeniach i ideologiach, jakie zostały zakodowane (tzw. preferowane odczytanie). Perspektywa odbiorcy z kolei pozwala nam dostrzec, na ile ten medialny obraz świata jest bliski odbiorcy i stanowi trwały element jego codziennego społeczno-kulturowego doświadczenia”<sup>16</sup>.

Analizując rolę mediów w kreowaniu wizerunku Policji i odwołując się do przedstawionej ich funkcji można zauważyć, że występują one w tym przypadku jako:

- tłumacz – wyjaśniają procedury i przepisy, jakie wyznaczają zasady postępowania funkcjonariuszy w trakcie wypełniania obowiązków

<sup>16</sup> G. Ptaszek, *Jak badać medialny obraz świata?* [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*. Tom pierwszy: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015, s. 21.

służbowych;

- prezenter – dotarcie za pomocą dostępnych kanałów dystrybucji do możliwie jak najszerzego grona odbiorców. Media przedstawiają własną interpretację informacji i zdarzeń społecznych, włącznie z ich wizją, w jaki sposób Policja powinna funkcjonować;
- drogowskaz – to media decydują, jaką postawę wobec informacji dotyczących Policji powinni przyjąć obywatele. W tym przypadku istnieje ryzyko wzbudzania wzburzenia społecznego;
- filtr – autorzy przekazów decydują, które informacje dotyczące służby policjantów i funkcjonowania Policji będą przedstawiane odbiorcom. Ich decyzji podlega również forma prezentacji tych treści.

Równoważenie „złych” i „dobrych” newsów na temat działalności polskiej Policji będzie stanowiło realizację edukacyjnej roli mediów. Należy oczywiście podkreślić, że media nie mogą pełnić ani roli sędziego czy kata, ani też nie mogą być rzecznikiem żadnej instytucji państwowej. Przedstawiciele mediów muszą być jednak świadomi, jaki efekt może wywołać emocjonalny przekaz pewnych treści. W przypadku zawodów zaufania publicznego istotne jest, by niepotrzebnie nie wzbudzać negatywnych emocji i postaw, bowiem mogą się one przekładać na opinie o całej profesji i rykoszetem dotknąć nawet sumiennych i oddanych pracowników. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku każdej instytucji i jednostki jest niepodważalna, ale to odbiorca tych treści powinien stosować odpowiednie filtry i mieć świadomość, że należy samodzielnie kształtować swoją opinię i postrzeganie świata społecznego. Współczesne media to poważny oręż i wykorzystywanie ich w złej wierze może być tragiczne w skutkach. W tej chwili polska Policja stoi przed wyzwaniem związanym ze zmianą oceny jej pracy, jaka panuje w opinii publicznej. Dokonać mogą tego sami funkcjonariusze, eliminując ze swych szeregów jednostki przejawiające niepożądane, czy też groźne zachowania. Media poprzez równoważenie przekazów na temat ich działalności mogą być w tym pomocne, choć nie mogą rezygnować z funkcji informacyjno-interwencyjnej i piętnującej.

## Bibliografia

- Aleksandrowicz T. R., *Medialność jako konstytutywne znamię aktu terrorystycznego*, [w:] *Terroryzm w medialnym obrazie świata*, K. Liedel, S. Mocka (red.), Warszawa 2010.
- Filiński M., *Socjologia kultury: zarys zagadnień*, Lublin 2000.
- Golinowski J., *Dylematy wizerunku instytucji publicznej*, Warszawa 2005.
- Jabłoński W., *Kreowanie informacji. Media relations*, Warszawa 2007.
- Kozłowska A., *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006.
- Mrozowski M., *Media masowe: władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001.
- Nieć M., *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Warszawa 2010.

Ogonowska A., *Edukacja medialna. Klucz do zrozumienia społecznej rzeczywistości*, Kraków 2003.  
Poznańska A., *Komunikacja medialna a sfera publiczna. Szanse i zagrożenia*, Jelenia Góra 2012.  
Ptaszek G., *Jak badać medialny obraz świata?* [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata. Tom pierwszy: Zagadnienia teoretyczne*, I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), Lublin 2015.  
Szymd J., *Medialny obraz rzeczywistości jako główna orientacja poznawcza i praktyczna w świecie*, [w:] *Medialny obraz rodziny i płci*, K. Pokorna-Ignatowicz (red.), Kraków 2012.  
Znyk P., *Propaganda – współczesne oblicza. Technologia zabójstwa medialnego*, Łódź 2011.

### Źródła internetowe

Feliksiak M., *Opinie o działalności policji, prokuratury, sądów i Rzecznika Praw Obywatelskich*, Komunikat CBOS 76/2017. [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2017/K\\_076\\_17.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2017/K_076_17.PDF). (02.11.2017).  
<https://www.tvp.info/29521975/policjanci-pomogli-duszacemu-sie-novorodkowi-eskortowali-auto-z-chorym-dzieckiem>. (02.11.2017).  
<http://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,3284265.html?disableRedirects=true>. (02.11.2017).  
<https://www.tvn24.pl/poznan,43/kobieta-zaczela-rodzic-przy-cmentarzu-pomogli-policjanci,786409.html>. (05.11.2017).  
[http://wyborcza.pl/1,76842,14601412,Sposob\\_na\\_brutalna\\_policje.html](http://wyborcza.pl/1,76842,14601412,Sposob_na_brutalna_policje.html). (02.11.2017).  
<http://bezkarnosc.policji.info/bezpozorow/politykaprawo/obroni-policja/>. (02.11.2017).  
<http://motoryzacja.interia.pl/wiadomosci/bezpieczenstwo/news-akcja-znicz-2017-bezsensowna-nowa-swiecka-tradycja,nld,2459452>. (05.11.2017).  
<http://televizjarepublika.pl/nik-alarmuje-razace-bledy-policji-w-poszukiwaniu-osob-zaginionych,19278.html>. (02.11.2017).  
<http://wiadomosci.onet.pl/kraj/zle-zwazyla-pierogi-policja-przesluchiwala-ja-kilka-godzin/yfz58ng>. (05.11.2017).  
<http://fakty.interia.pl/dolnoslaskie/news-fakt-policjanci-ktorzy-pobili-staruszcze-wciaz-nie-zostali-zw,nld,2445676>. (02.11.2017).  
<https://wiadomosci.wp.pl/szef-policji-ocenia-akcje-w-wiszni-malej-uniknieto-wiekszej-tragedii-6194614181742209a>. (06.12.2017).  
<https://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiate,2/polskie-ministerstwo-do-onz-przypadki-naduzywania-sily-przez-policje-sa-badane,490844.html>. (02.11.2017).  
<https://wpolityce.pl/kryminal/354971-karygodny-blad-policjantow-z-lodzi-jest-postepowanie-dyscyplinarne>(02.11.2017).

### Media's View of the World. The Role of the Media in the Portrayal of the Image of Police

#### Summary

The role of the media in providing information is their primary task and should be carried out in a reliable and objective manner, as media reports are very important in the creation of public opinions. This is especially important in case of the professions of the public trust which determine the proper functioning of the society. The article attempts to determine the influence of the media reports on the image of the police. The analysis is carried out on the basis of the information gathered from television broadcasts, websites and a nationwide opinion poll.

Keywords: media, media's vision of the world, creating an image, the profession of public trust, police